

1. นโยบาย และภาพรวมการประกอบธุรกิจ

วิสัยทัศน์

บริษัทฯ จะเป็นบริษัทชั้นนำในธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย และกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และ เวียดนาม)

พันธกิจ

บริษัทฯ จะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าด้วยนวัตกรรมทางการตลาดในเชิงรุก

บริษัทฯ จะเป็นองค์กรที่มีระบบบริหารจัดการที่มีคุณภาพ โดยใช้องค์ความรู้ขับเคลื่อนธุรกิจ และมีความรับผิดชอบต่อชุมชน และสังคม

1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทฯ ผลิต ทำการตลาด จำหน่าย และบริหารจัดการการจัดจำหน่ายใน 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) เครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้า “คาราบาวแดง” และ “Carabao”, (2) เครื่องดื่มเกลือแร่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “สตาร์ท พลัส”

1.1.1 คาราบาวแดงแบบขวด



คาราบาวแดงแบบขวดขนาดบรรจุ 150 มิลลิลิตร เป็นเครื่องดื่มชนิดไม่อัดก๊าซ (Non-carbonated) โดยกลุ่มบริษัทฯ จำหน่ายคาราบาวแดงแบบขวดภายในประเทศเป็นหลัก ในราคาขายปลีกหน้าร้านขวดละ 10 บาท และนอกจากนี้ยังส่งออกคาราบาวแดงไปยังตลาดต่างประเทศที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังในบรรจุภัณฑ์แบบขวดอีกด้วย

คาราบาวแดงแบบขวดเป็นเครื่องดื่มบำรุงกำลังรายแรกในประเทศไทยที่ทำการตลาดโดยแสดงส่วนผสมของวิตามินบี 12 บนฉลากของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับคาราบาวแดง ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้คาราบาวแดงแบบขวดประสบความสำเร็จในประเทศไทยอย่างมากจนถึงปัจจุบัน

1.1.2 Carabao แบบกระป๋องชนิดไม่อัดก๊าซ (Non-carbonated)



Carabao แบบกระป๋องชนิดไม่อัดก๊าซ (Non-carbonated) ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร กลุ่มบริษัทฯ ได้ส่งออกเพื่อจำหน่ายในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เช่น กัมพูชา ออสเตรเลีย เยอรมนี เมียนมาร์ เวียดนาม และอีกหลายประเทศทั่วโลก โดยสัดส่วนของส่วนผสมสำคัญใน Carabao แบบกระป๋องที่จำหน่ายในแต่ละประเทศ จะแตกต่างกันเล็กน้อยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและความชื่นชอบของผู้บริโภค ตลอดจนข้อกำหนดทางกฎหมายในแต่ละประเทศ

1.1.3 Carabao แบบกระป๋องชนิดอัดก๊าซ (Carbonated)



Carabao แบบกระป๋องชนิดอัดก๊าซ ขนาดบรรจุ 325 มิลลิลิตร กลุ่มบริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่าย ครั้งแรกในกัมพูชาเมื่อเดือนพฤษภาคม 2558 จนเป็นที่นิยมในตลาดอย่างสูง จำหน่ายไปยัง เยอรมนี และ เกาหลี และพร้อมที่จะจัดจำหน่ายไปอีกหลายประเทศทั่วโลกที่มีความนิยมในการดื่มเครื่องดื่มอัดก๊าซ

1.1.4 สตาร์ท พลัส



สตาร์ท พลัสเป็นเครื่องดื่มเกลือแร่บรรจุในขวดแก้ว ขนาด 250 มิลลิลิตร มีราคาขายปลีกหน้าร้านในประเทศไทยขวดละ 10 บาท โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้เริ่มทำการตลาดและจำหน่ายสตาร์ท พลัสเป็นครั้งแรกในประเทศไทยในเดือนพฤษภาคม 2557 ด้วยการสร้างความแตกต่างให้กับสตาร์ท พลัส จากสินค้าคู่แข่งโดยชูจุดเด่นของส่วนผสมที่สำคัญอย่างสังกะสี (Zinc)



โครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขาย (หน่วย : ล้านบาท)	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
คาราบาวแดงแบบขวด	5,384	5,366	5,465
Carabao แบบกระป๋องชนิดไม่อัดก๊าซ	1,479	2,001	2,094
Carabao แบบกระป๋องชนิดอัดก๊าซ	-	-	94
สตาร์ท พลัส	-	82	98
อื่นๆ	-	-	2
รวม	6,863	7,448	7,753

1.2 การตลาดและการแข่งขัน

1.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

คาราบาวแดง และสตาร์ท พลัส มีคุณลักษณะ วัตถุประสงค์ รสชาติ ส่วนผสม และประโยชน์ที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์สามารถสรุปได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะกลุ่มลูกค้า
<p>คาราบาวแดง และ Carabao</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ สำหรับตลาดในประเทศ กลุ่มบริษัท มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้บริโภควัยทำงานทุกกลุ่มอาชีพที่ต้องการพลังงานและความสดชื่นระหว่างการทำงาน โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับขั้นต้นถึงปานกลาง ■ สำหรับตลาดต่างประเทศ กลุ่มบริษัท มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศที่กลุ่มบริษัท ประกอบธุรกิจ ■ ปัจจุบัน รายได้ส่วนใหญ่ของคาราบาวแดงมาจากกลุ่มลูกค้าในประเทศ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัท มีแผนเพิ่มสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศมากขึ้น
<p>สตาร์ท พลัส</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ กลุ่มบริษัท มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้บริโภคตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยกลางคนที่ใส่ใจตนเอง และต้องการเติมความสดชื่นจากการทำงานและกิจกรรมกลางแจ้ง รวมถึงกลุ่มที่ต้องการการชดเชยการสูญเสียเหงื่อจากการออกกำลังกาย ■ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสตาร์ท พลัสในปัจจุบันเป็นลูกค้าในประเทศเท่านั้น

1.2.2 นโยบายการตลาดและการส่งเสริมการขาย

สำหรับตลาดในประเทศ กลุ่มบริษัท จะทำการตลาดกับผู้บริโภคเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ โดยกลุ่มบริษัท มีงบประมาณสำหรับการดำเนินการด้านกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายประมาณร้อยละ 8-9 ของยอดขายรวมต่อปี ทั้งนี้กลุ่มบริษัท มีการดำเนินการ

การตลาดทั้งในรูปของการตลาดแบบ Above the Line (การตลาดผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง) และการตลาดแบบ Below the Line (การตลาดที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.2.2.1 การตลาดแบบ Above the Line (การตลาดผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง)

การทำการตลาดแบบ Above the Line ประกอบไปด้วยการทำโฆษณาบนสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา เป็นต้น

กลุ่มบริษัทฯ นำเสนอเครื่องหมายการค้า และภาพลักษณ์ของคาราบาวแดงผ่านผู้แนะนำสินค้า (Presenter) และตัวแทนสินค้า (Brand Ambassador) โดยมีนายยืนยง โอภากุล หรือ แอ๊ด คาราบาว ซึ่งเป็นศิลปินและหัวหน้าวงดนตรีเพื่อชีวิต ผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทยตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา



ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มบริษัทฯ โดยมีแอ๊ด คาราบาว เป็นผู้แนะนำสินค้า (Presenter) และตัวแทนสินค้า (Brand Ambassador)

1.2.2.2 การตลาดแบบ Below the Line (การตลาดที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง)

การทำการตลาดแบบ Below the Line ประกอบไปด้วยการทำกิจกรรมทางการตลาดโดยตรงกับผู้บริโภค เช่น การแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้ทดลอง การจัดกิจกรรม เล่นเกมสลับของรางวัล และการลงพื้นที่จัดแสดงผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

กลุ่มบริษัทฯ จะดำเนินกิจกรรมการตลาดภาคสนามผ่านทีมงานสาวบาวแดง ซึ่งมีความคุ้นเคย ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสัมพันธ์ และความใกล้ชิดกับตัวแทนจำหน่ายในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ร้านค้าปลีก ไปจนถึงผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่เป็นอย่างดี ซึ่งการทำกิจกรรมทางการตลาดของทีมงานสาวบาวแดง มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายโดยตรงและกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ กลุ่มบริษัทฯ มีทีมงานสาวบาวแดงมากกว่า 70 ทีม หรือมากกว่า 500 คน ปฏิบัติงานครอบคลุมพื้นที่สำคัญทางการตลาดเกือบทั่วประเทศไทย โดยบริษัทฯ เชื่อว่าทีมงานสาวบาวแดงเป็นทีมปฏิบัติการทางการตลาดสำหรับเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้การที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการพัฒนาทีมงานสาวบาวแดงด้วยตนเองนั้น จะทำให้ทีมงานสาวบาวแดงทุกคนมีความรู้ ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งมีความภาคภูมิใจอีกด้วย



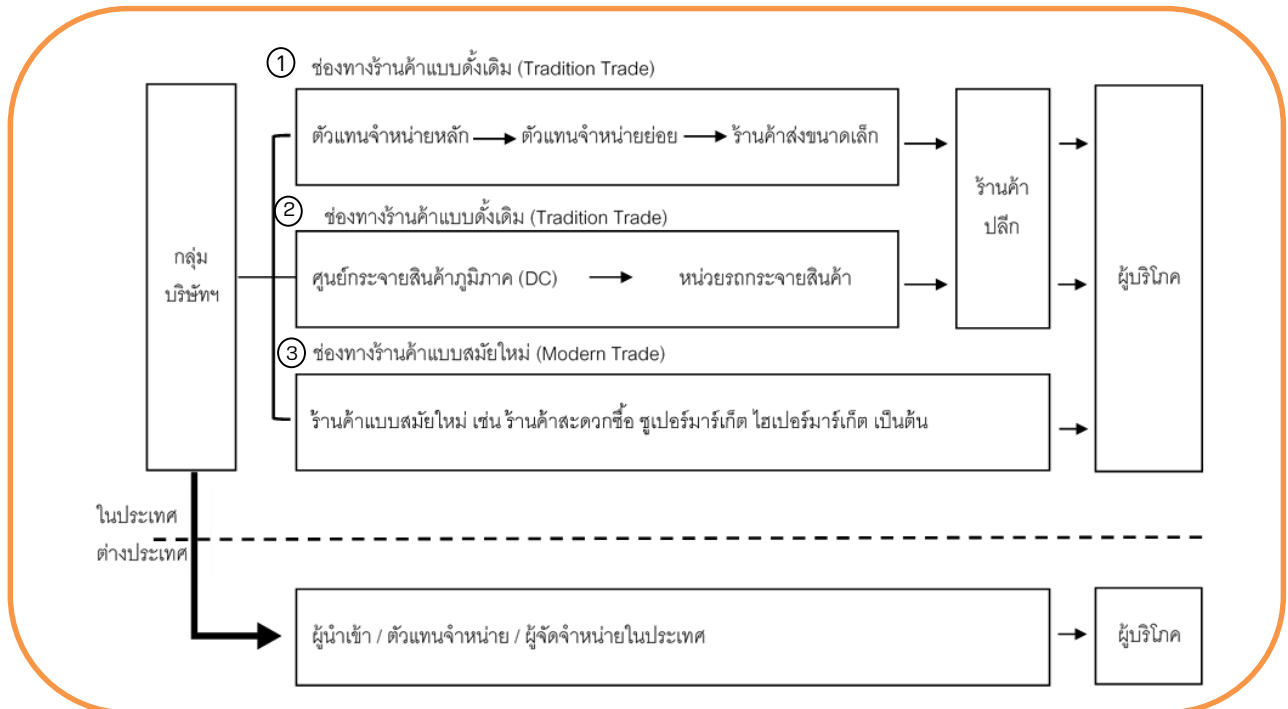
ตัวอย่างกิจกรรมการตลาดของกลุ่มบริษัทฯ ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง

สำหรับการทำการตลาดในต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะพิจารณาสรรหาตัวแทนจำหน่ายที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในต่างประเทศ อีกทั้งมีความสามารถในการกระจายผลิตภัณฑ์ครอบคลุมพื้นที่ในประเทศนั้น ๆ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ เป็นสำคัญ ทั้งนี้กลยุทธ์การตลาดและกิจกรรมการส่งเสริมการขายจะปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมในแต่ละประเทศ

กลุ่มบริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายมุ่งเน้นการทำการตลาดแบบ Above the Line (การตลาดผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง) เพื่อสร้างความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ที่ผ่านมากลุ่มบริษัทฯ ทำการตลาดในประเทศกัมพูชาโดยนำรูปแบบการทำการตลาดในประเทศไทยไปประยุกต์ใช้ โดยจับมือร่วมกันกับตัวแทนจำหน่ายของกัมพูชา เช่น การสนับสนุนการแข่งขันมวย การจัดคอนเสิร์ตสัญจรของวงดนตรีคาราบาวพร้อมกับแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างของกลุ่มบริษัทฯ ให้ผู้บริโภคได้ทดลองดื่ม นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดคอนเสิร์ตดังกล่าวทางโทรทัศน์เพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งสร้างการรับรู้และตอกย้ำเครื่องหมายการค้าของ “คาราบาวแดง” และวงดนตรีคาราบาว ในแบบทางอ้อมได้อีกด้วย

1.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้



1.2.3.1 ตลาดในประเทศ

กลุ่มบริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ภายในประเทศผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และ ช่องทางร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)

▪ ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) กลุ่มบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการกระจายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ดังนั้น กลุ่มบริษัทฯ จึงกระจายผลิตภัณฑ์ผ่านเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายซึ่งบริหารงานโดยกลุ่มบริษัทฯ

ในการนี้กลุ่มบริษัทฯ จะสรรหาตัวแทนจำหน่ายหลัก (Agent) ในแต่ละจังหวัด และจะสรรหาตัวแทนจำหน่ายย่อย (Sub-Agent หรือยี่ปั้ว) และร้านค้าส่งขนาดเล็ก (Sub-Sub-Agent หรือชาปั๊ว) ที่มีศักยภาพเพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการกระจายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ โครงสร้างเครือข่ายการกระจายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ ดังนี้

- กลุ่มบริษัทฯ จะสรรหาตัวแทนจำหน่ายหลัก (Agent) ที่มีศักยภาพในแต่ละจังหวัด
- กลุ่มบริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายหลัก (Agent) จะร่วมกันสรรหาตัวแทนจำหน่ายย่อย (Sub-Agent หรือยี่ปั้ว) ที่มีศักยภาพเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ในระดับอำเภอ
- กลุ่มบริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายย่อย (Sub-Agent หรือยี่ปั้ว) จะร่วมกันสรรหาร้านค้าส่งขนาดเล็ก (Sub-Sub-Agent หรือชาปั๊ว) ที่มีศักยภาพเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่เป้าหมาย และกระจายผลิตภัณฑ์ลงสู่ร้านค้าปลีกในระดับตำบลให้ทั่วถึง

- ทีมงานขายและทีมงานสาวบาวแดงของกลุ่มบริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ร้านค้าปลีก

สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) กลุ่มบริษัทฯ จะขยายตลาดให้แก่ตัวแทนจำหน่ายหลัก โดยไม่มีนโยบายในการรับคืนผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังมีนโยบายให้ตัวแทนจำหน่ายหลักชำระเงินล่วงหน้าก่อนส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายหลักอีกด้วย

นอกจากนี้ DCM ได้ขยายงานด้านศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค (DC) เพื่อดำเนินธุรกิจในส่วนของหน่วยรถกระจายสินค้า (cash van) ซึ่งจะช่วยให้การกระจายผลิตภัณฑ์ของ DCM โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดได้ทั่วถึง และรวดเร็วยิ่งขึ้น

- ช่องทางร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ให้แก่ช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเพอร์มาร์เก็ต โดยตรง

สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) กลุ่มบริษัทฯ จะขยายตลาดให้แก่ร้านค้าแบบสมัยใหม่ และไม่มีนโยบายในการรับคืนผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการให้สินเชื่อทางการค้า (Credit Term) กับร้านค้าแบบสมัยใหม่ดังกล่าวส่วนใหญ่ประมาณ 30 – 60 วัน

1.2.3.2 ตลาดต่างประเทศ

กลุ่มบริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ในต่างประเทศผ่านคู่ค้าซึ่งประกอบด้วย ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศ เพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ต่อไปยังผู้บริโภคในประเทศที่เป็นตลาดหลัก กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายใช้คู่ค้ารายเดียว โดยคู่ค้าดังกล่าวต้องมีความแข็งแกร่งในการกระจายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ส่วนประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ตลาดหลักนั้น กลุ่มบริษัทฯ จะพิจารณาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นหลายราย ตามความเหมาะสมของการดำเนินธุรกิจในประเทศนั้น ๆ ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ ได้กำหนดให้มีทีมฝ่ายขายต่างประเทศที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยเฉพาะในการบริหารจัดการและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าต่างประเทศ

สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จะขยายตลาดให้แก่ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศ โดยไม่มีนโยบายในการรับคืนผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ ยังมีนโยบายให้ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศชำระเงินล่วงหน้าก่อนส่งมอบผลิตภัณฑ์อีกด้วย

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีการขายสินค้าไปในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก โดยมีประเทศที่มีรายได้สูง 5 อันดับแรก คือ กัมพูชา เมียร์มา เยเมน อัฟกานิสถาน และเวียดนาม ทั้งนี้ในปลายปี 2558 บริษัทฯ ได้แต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศอังกฤษ เพื่อนำเข้าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ไปยังอังกฤษ และประเทศอื่นๆ ในยุโรป โดยน่าจะเริ่มขายได้ภายในกลางปี 2559

1.3 ภาพรวมของตลาดในประเทศไทย

ภาพรวมของตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และภาวะการแข่งขัน

จากข้อมูลทางการตลาดของ Nielsen ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยมีการเติบโตในอัตราเฉลี่ยต่อปีเท่ากับร้อยละ 2.6 ระหว่างปี 2556 ถึงปี 2558 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าเครื่องดื่มกลุ่มอื่น อย่าง soft drink หรือแม้กระทั่งน้ำดื่มที่มีอัตราเติบโตถึงร้อยละ 6.2 และ 9.5 ตามลำดับ

ผู้บริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยมีลักษณะโดดเด่นอย่างชัดเจน กล่าวคือเป็นกลุ่มประชากรผู้มีรายได้ขั้นต่ำถึงปานกลาง โดยเป็นวัยทำงานที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี ที่ชอบดื่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังชนิดไม่อัดก๊าซ รสชาติหวานเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศอื่น นอกจากนี้เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย พบว่าคนไทยนิยมบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังประเภทขวดมากกว่ากระป๋อง ดังนั้นกลุ่มบริษัท จึงเชื่อว่าลักษณะของผู้บริโภคคนไทยดังกล่าวนี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับผู้ประกอบการในประเทศไทยได้ยาก ซึ่งลักษณะข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงสถานะการแข่งขันของตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย ที่ส่วนแบ่งทางการตลาดส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการในประเทศ

เครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยจะมีการกระจายผ่านช่องทางการค้าหลัก 2 ช่องทาง โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เป็นช่องทางที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนปริมาณการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 74 ของปริมาณการขายทั้งหมดในปี 2558 โดยสัดส่วนปริมาณการจัดจำหน่ายที่เหลือนั้น มาจากช่องทางร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ร้อยละ 26

แม้ว่ากลุ่มบริษัท เพิ่งเข้าสู่ธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังเมื่อปี 2545 ซึ่งนับเป็นระยะเวลาไม่นานเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น แต่เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัท เป็นที่รู้จักอย่างดีในกลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทย เป็นอันดับ 2 ในตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย และยังเป็นสินค้าที่มีผู้บริโภคมียอดขายสูงสุดเป็นอันดับ 2 ด้วยเช่นกัน

ตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยมีการแข่งขันสูง ดังนั้นกิจกรรมทางการตลาดและโฆษณาที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มความภักดีของผู้บริโภค กระตุ้นปริมาณการขาย รวมถึงการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการจะใช้กิจกรรมทางการตลาดและโฆษณา ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมการขายและการทำการตลาดทั้งแบบผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง (Above the Line) และการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Below the Line)

นอกจากนี้กลุ่มบริษัท เชื่อว่า เครื่องหมายการค้าคาราบาวแดง มีความเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำและ การช่วยเหลือสังคม ดังนั้นการทำการตลาดภายใต้แนวคิดของการเป็นเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่สร้างคุณค่าชีวิต โดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่องจึงเป็นเรื่องสำคัญด้วยเช่นกัน

1.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1.4.1 โรงงานผลิตและกำลังการผลิต

(ก) โรงงานผลิต

กลุ่มบริษัท มีโรงงานผลิต 2 โรง ได้แก่ (ก) โรงงานผลิตและบรรจุคาราบาวแดง และสตาร์ท พลัส และ (ข) โรงงานผลิตขวดแก้วสีชา โดยมีรายละเอียดดังนี้

■ โรงงานผลิตและบรรจุคาราบาวแดงและสตาร์ท พลัส

ปัจจุบัน CBD เป็นผู้บริหารและดำเนินการโรงงานผลิตและบรรจุคาราบาวแดงและสตาร์ท พลัส โดยโรงงานผลิตตั้งอยู่เลขที่ 261 - 263 หมู่ 2 ถนนปานวิถี ตำบลบางเพรียง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งโรงงานดังกล่าวมีรายละเอียดสายการผลิต ดังนี้ (1) สายการผลิตสำหรับคาราบาวแดงแบบขวดจำนวน 9 สายการผลิตแบ่งเป็นสายการผลิตเดิมจำนวน 8 สายการผลิต และสายการผลิตความเร็วสูง (Krones) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการบรรจุขวดความเร็วสูงซึ่งนำมาจากประเทศเยอรมัน จำนวน 1 สายการผลิต รวมกำลังการผลิตสูงสุดทั้งสิ้น 1,080 ล้านขวดต่อปี และ (2) สายการผลิตสำหรับสตาร์ท พลัสจำนวน 2 สายการผลิต รวมกำลังการผลิตสูงสุดทั้งสิ้น

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคาราบาวแดงและสตาร์ทพลัส

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตคาราบาวแดง และสตาร์ท พลัส คือ (1) น้ำตาลทรายขาว (2) ขวดแก้ว (3) กระจกและฝากระจกและ (4) วัตถุดิบอื่นๆ โดยมีรายละเอียดของวัตถุดิบหลัก ดังนี้

(1) น้ำตาลทรายขาว

น้ำตาลทรายขาวเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตคาราบาวแดง และสตาร์ท พลัส โดยกลุ่มบริษัทฯ จะวางแผนการสั่งซื้อน้ำตาลทรายขาวจากผู้จำหน่ายในประเทศเป็นรายปีตามแผนการผลิตประจำปี และเข้าทำสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญาประมาณ 1 ปีโดยระบุปริมาณที่สั่งซื้อ และราคาซื้อขายเป็นสกุลเงินบาทเบื้องต้นไว้ในสัญญา ซึ่งราคาซื้อขายสามารถปรับเปลี่ยนได้หากทางราชการปรับราคาน้ำตาลเพิ่มขึ้นหรือลดลง ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนานกับผู้จำหน่ายน้ำตาลทราย จึงทำให้ที่ผ่านมากลุ่มบริษัทฯ ยังไม่เคยประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบดังกล่าว

(2) ขวดแก้ว

ขวดแก้วเป็นวัตถุดิบหลักในการบรรจุเครื่องดื่มของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งได้แก่ ขวดแก้วสีชา ขนาด 150 มิลลิลิตร สำหรับคาราบาวแดงแบบขวด และขวดแก้วใสขนาด 250 มิลลิลิตร สำหรับสตาร์ท พลัส กลุ่มบริษัทฯ จะวางแผนการสั่งซื้อขวดแก้วเป็นรายปีตามแผนการผลิตประจำปีโดยสั่งซื้อจากผู้ผลิตขวดแก้วในประเทศจำนวน 3 ราย และจัดทำสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญา 1 ปี ซึ่งระบุจำนวนสั่งซื้อ และราคาซื้อขายเป็นสกุลเงินบาทที่แน่นอนปัจจุบัน APG เป็นผู้จัดหาขวดแก้วให้กับ CBD อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ ได้สร้างโรงงานผลิตขวดแก้วสีชาเป็นของตนเอง ภายใต้การดำเนินการของ APG ซึ่งได้เปิดดำเนินการแล้วตั้งแต่วันที่เดือนสิงหาคม 2557

ทั้งนี้ โรงงานผลิตขวดแก้วสีชาของ APG จัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตขวดแก้วสีชาเพื่อใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์คาราบาวแดงเป็นหลัก ดังนั้นการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบและการผลิตขวดแก้วของ APG จึงเป็นไปตามแผนการผลิตประจำปีของ CBD โดยฝ่ายผลิตของ APG จะจัดซื้อวัตถุดิบผ่านฝ่ายจัดซื้อส่วนกลาง เพื่อทำหน้าที่ติดต่อและสั่งซื้อวัตถุดิบกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบซึ่งฝ่ายจัดซื้อส่วนกลางจะสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายหลายราย และ APG จะสำรองวัตถุดิบหลักไว้สำหรับการผลิตประมาณ 7-10 วัน ตามขนาดของคลังวัตถุดิบ ซึ่งการสำรองวัตถุดิบดังกล่าวเพียงพอสำหรับการดำเนินการผลิตขวดแก้วสีชาอย่างต่อเนื่อง

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตขวดแก้วคือ (1) เศษแก้ว (2) ทรายแก้ว (3) โซดาแอช (4) ก๊าซธรรมชาติ และ (5) วัตถุดิบอื่นๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

■ เศษแก้ว

เศษแก้วเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตขวดแก้วสีชา โดยส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทฯ สามารถซื้อเศษแก้วจากโรงแยกเศษแก้วในประเทศ ซึ่งเป็นผู้รวบรวมบรรจุภัณฑ์แก้วที่ใช้แล้ว จากนั้นนำมาบดให้เป็นเศษแก้ว คัดแยกสิ่งปนเปื้อนออก และนำมาส่งให้กับผู้ผลิตขวดแก้ว APG สั่งซื้อเศษแก้วจากผู้จัดจำหน่ายเศษแก้ว โดยจัดทำสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญา 1 ปี

■ ทรายแก้ว

ทรายแก้วเป็นวัตถุดิบสำคัญ รองจากเศษแก้วในการผลิตขวดแก้วสีชา โดยเมื่อทรายแก้วผ่านกระบวนการหลอมจะกลายเป็นโครงสร้างหลักของเนื้อแก้ว ทั้งนี้ APG สั่งซื้อทรายแก้วส่วนใหญ่จากผู้จำหน่ายทรายแก้วในจังหวัดระยองโดยใช้ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ซึ่งระบุราคาซื้อขายและปริมาณการสั่งซื้อที่แน่นอนล่วงหน้าเป็นระยะเวลาประมาณ 6 เดือน

■ โซดาแอซ

โซดาแอซเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตขวดแก้วสีชา โดยมีคุณสมบัติช่วยลดอุณหภูมิในกระบวนการหลอมแก้ว โดยโซดาแอซส่วนใหญ่พบมากในประเทศเคนยาและจีน ทั้งนี้ APG สั่งซื้อวัตถุดิบดังกล่าวผ่านผู้นำเข้าหลายราย โดยใช้ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ซึ่งเป็นไปตามหลักปฏิบัติของตลาดโดยทั่วไป

■ ก๊าซธรรมชาติ

ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงหลักสำหรับการผลิตขวดแก้วสีชาของ APG โดย APG ได้จัดทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (“ปตท.”) โดยมีอายุสัญญา 5 ปี

■ วัตถุดิบอื่น

วัตถุดิบอื่นที่ใช้สำหรับการผลิตขวดแก้วสีชา ได้แก่ หินปูน หินฟืนม้า โซเดียมซิลเฟต ผงถ่าน ซิลิเนียม สนิมเหล็ก และอื่นๆ โดยส่วนใหญ่ APG จะสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายในประเทศ ซึ่งฝ่ายจัดซื้อของ APG มีนโยบายสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบแต่ละชนิดอย่างน้อย 2-3 ราย เนื่องจากไม่ต้องการพึ่งพิงผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่ง รวมถึงเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองทั้งในเรื่องของราคาและคุณภาพของวัตถุดิบ

ทั้งนี้ สัดส่วนวัตถุดิบสำหรับการผลิตขวดแก้วสีชาสามารถปรับเปลี่ยนและใช้แทนกันได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบแต่ละประเภทในแต่ละช่วงเวลา

(3) กระป๋องและฝากระป๋อง

กระป๋องและฝากระป๋องเป็นวัตถุดิบหลักในการบรรจุคาราบาวแดงแบบกระป๋อง ซึ่งใช้กระป๋องที่มีขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร กลุ่มบริษัทฯ มีการวางแผนการสั่งซื้อกระป๋องและฝากระป๋องเป็นรายปีตามแผนการผลิตประจำปี โดยจะสั่งซื้อกระป๋องจากผู้จำหน่ายจำนวน 2-3 ราย โดยใช้ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ซึ่งมีการระบุราคาซื้อขายและจำนวนกระป๋องที่แน่นอนล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 ปี

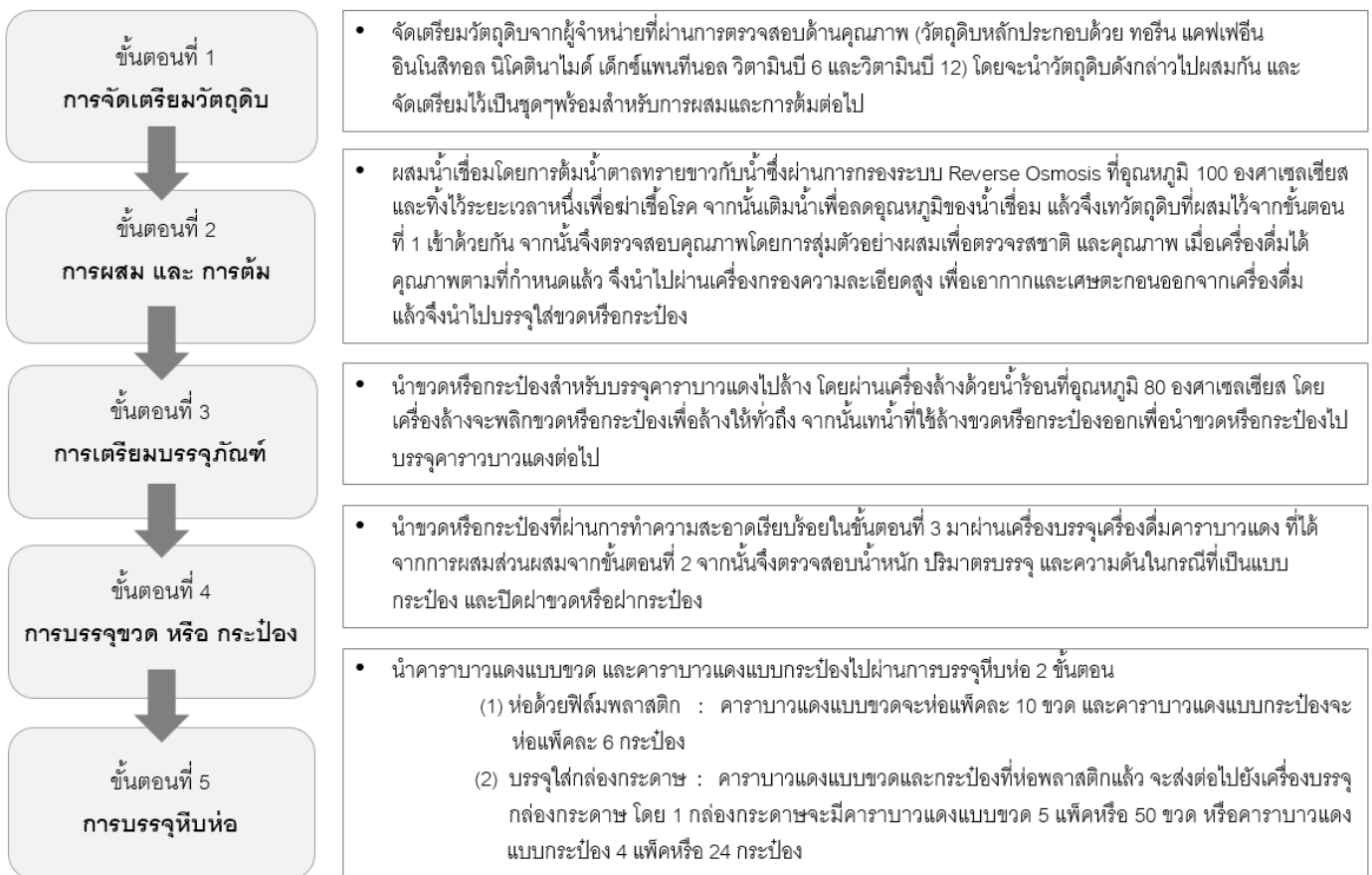
(4) วัตถุดิบอื่น

วัตถุดิบอื่นสำหรับการผลิตคาราบาวแดงประกอบด้วย ทอริน แคลเฟอีน อินโนสิทอล นิโคตินาไมด์ เด็กซ์แพนทีนอล วิตามินบี 6 และวิตามินบี 12 เป็นต้น และวัตถุดิบอื่นสำหรับการผลิตสตาร์ทพลัสประกอบด้วย โซเดียมคลอไรด์ โพแทสเซียมคลอไรด์ และซิงค์กลูโคเนท ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มบริษัทฯ จะมีการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบประจำปีร่วมกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบตามแผนการผลิตประจำปี เพื่อกำหนดปริมาณการใช้วัตถุดิบสำหรับทั้งปีในเบื้องต้น จากนั้นเมื่อฝ่ายผลิตจัดทำแผนการผลิตรายเดือน ฝ่ายจัดซื้อจะสั่งซื้อวัตถุดิบเป็นรายเดือน โดยจะสั่งซื้อวัตถุดิบอื่นๆ จากผู้จำหน่ายวัตถุดิบโดยใช้ใบสั่งซื้อ (Purchase Order) ซึ่งมีการระบุราคาซื้อขายและจำนวนที่แน่นอน

1.4.3 กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ ดังนี้

(ก) กระบวนการผลิตคาราบาวแดง (ดำเนินการโดย CBD)



การบริหารจัดการคุณภาพ

CBD มีการบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิต โดยเป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP หรือ Good Manufacturing Practice) ที่รับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดย CBD ได้รับการรับรองขั้นตอนการผลิตและการควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพต่างๆ โดยสรุป ดังนี้

- (1) HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) เป็นการรับรองจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นระบบการจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัย โดยมีการควบคุมกระบวนการผลิตอาหารที่ปราศจากอันตรายจากเชื้อจุลินทรีย์ สารเคมี และสิ่งแปลกปลอมต่างๆ
- (2) ฮาลาล (Halal) เป็นการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าได้ดำเนินการตามกรรมวิธีอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม

(3) ISO 22000:2005 (E) เป็นการรับรองจาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Limited ซึ่งเป็นระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารตามมาตรฐานสากล

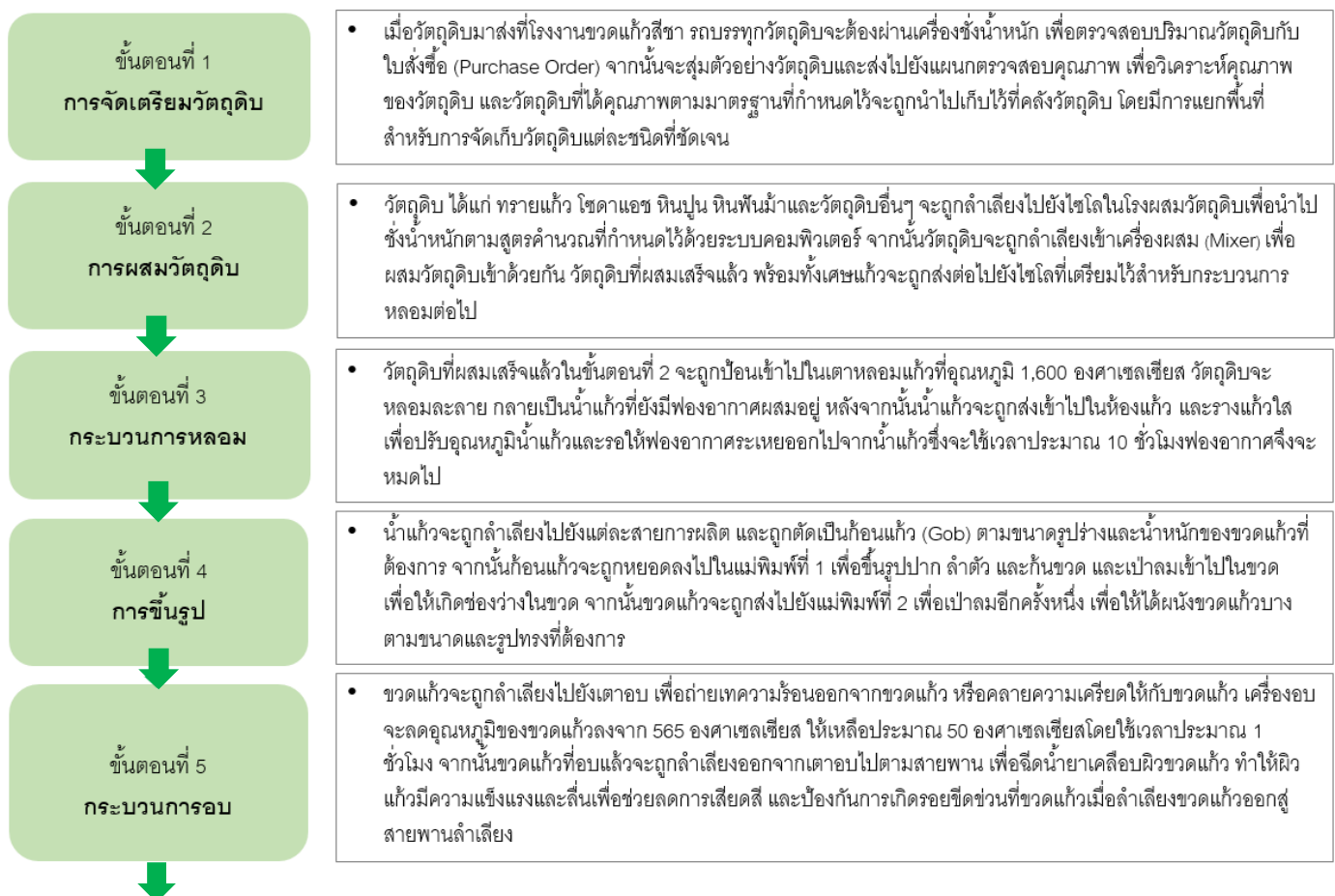
(ข) กระบวนการผลิตสตาร์ท พลัส

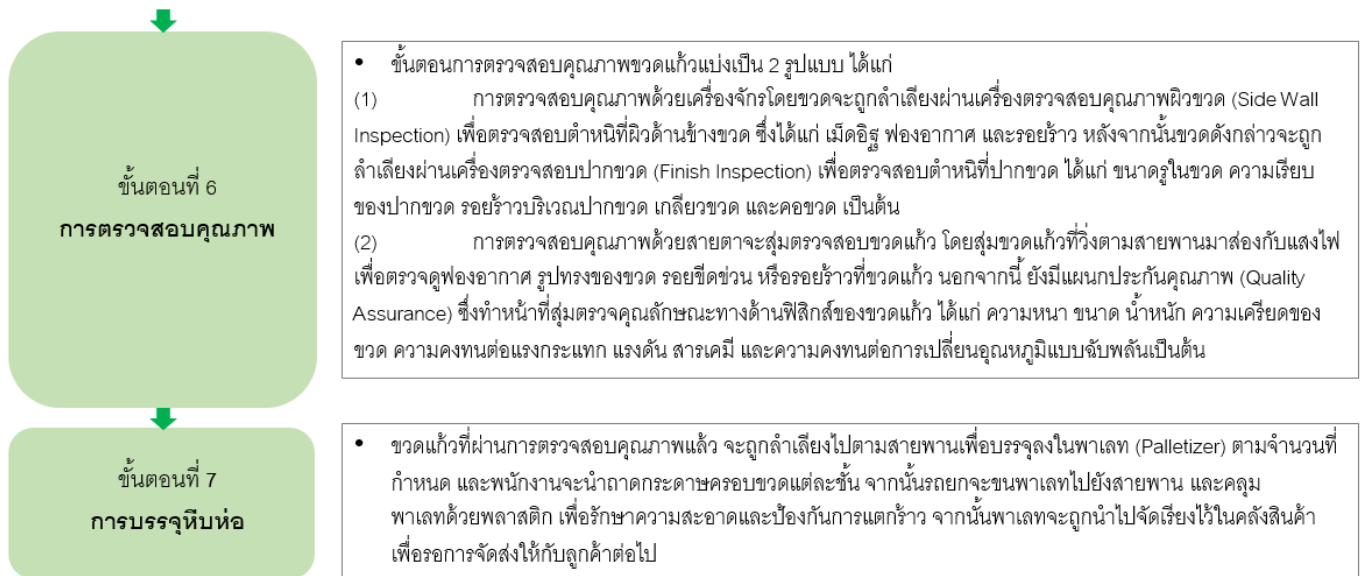
สตาร์ท พลัสมีกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับการคาราบาวแดง โดยเริ่มจากการจัดเตรียมวัตถุดิบ การผสม/การต้ม การเตรียมบรรจุภัณฑ์ การบรรจุขวด และการบรรจุหีบห่อ อย่างไรก็ตาม กระบวนการบรรจุขวดของสตาร์ท พลัสจะใช้เวลาในการบรรจุมากกว่าการบรรจุขวดของคาราบาวแดง เนื่องจากสตาร์ท พลัสมีปริมาตรบรรจุ 250 มิลลิลิตรต่อขวด ในขณะที่คาราบาวแดงมีปริมาตรบรรจุ 150 มิลลิลิตรต่อขวด



(ค) กระบวนการผลิตขวดแก้ว (ดำเนินการโดย APG)

การผลิตขวดแก้วเป็นกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง โดยดำเนินการผลิตตลอด 24 ชั่วโมง ตลอดทั้งปี โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการผลิตตามแผนภูมิดังต่อไปนี้





1.4.4 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

การผลิตเครื่องดื่มของ CBD และการผลิตขวดแก้วสีชาของ APG อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น กฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้บังคับกับบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มและขวดแก้วสีชา ประกอบด้วยบทบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมการปล่อยมลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ การป้องกัน และการบำบัดน้ำเสีย และไอเสีย รวมทั้งการบริหารจัดการ และการกำจัดสารและของเสียที่เป็นอันตราย อย่างไรก็ตาม ปริมาณไอเสีย น้ำเสีย และของเสียอื่นๆ ซึ่งเกิดจากกระบวนการผลิตเครื่องดื่มของ CBD และกระบวนการผลิตขวดแก้วสีชาของ APG อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน และเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจุบัน CBD และ APG ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้บังคับทั้งในระดับประเทศ ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโรงงานผลิตของ CBD และโรงงานผลิตของ APG แล้ว

CBD และ APG ไม่เคยถูกฟ้องร้องดำเนินคดีใด ๆ เกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่ากลุ่มบริษัทฯ จะได้รับผลกระทบของเหตุการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่สามารถคาดการณ์ได้ หรือมีกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดฉบับใหม่ หรือที่แก้ไขเพิ่มเติมใหม่ในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัทฯ หรือโรงงานผลิตของ CBD และ APG ในอนาคตได้

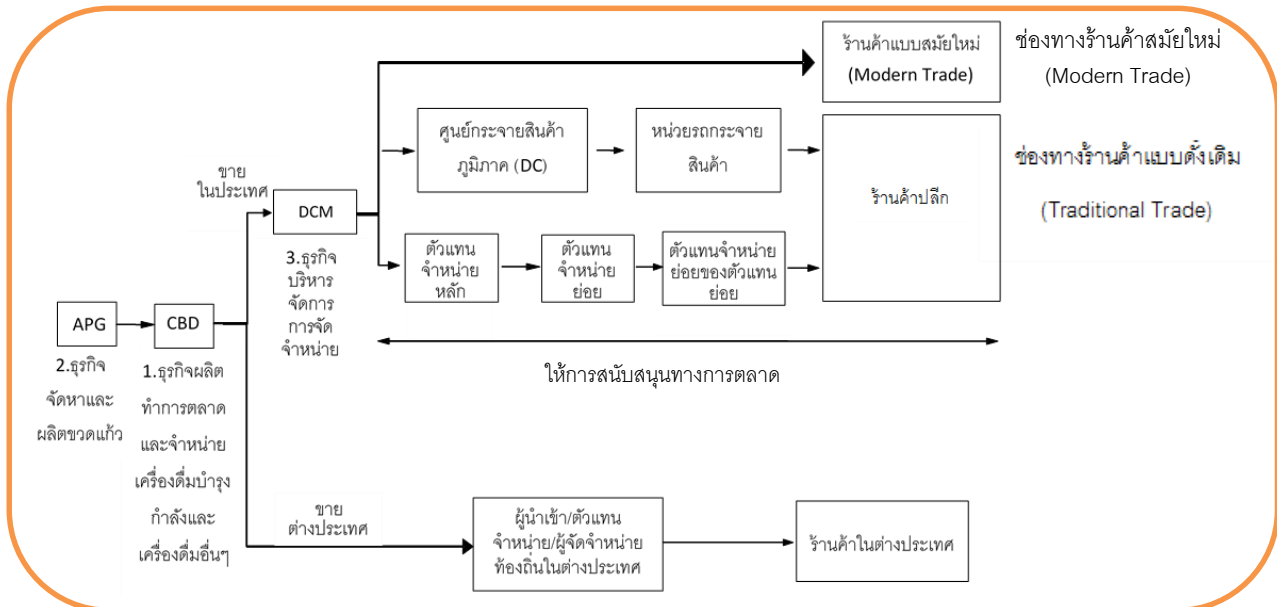
1.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผ่านแนวคิด “คาราบาวแดง สร้างคุณค่าชีวิต” โดยประกอบธุรกิจผลิต ทำการตลาด จำหน่าย และบริหารจัดการการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ อย่างครบวงจร โดยเครื่องดื่มบำรุงกำลัง

ของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “คาราบาวแดง” และเครื่องหมายการค้า “สตาร์ท พลัส” ซึ่งธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ สามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ธุรกิจย่อย ดังนี้

(1) ธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ

ดำเนินงานโดยบริษัท คาราบาวตะวันออก จำกัด หรือ CBD ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้า “คาราบาวแดง” เครื่องดื่มเกลือแร่ภายใต้เครื่องหมายการค้า “สตาร์ท พลัส” รวมทั้งเครื่องดื่มอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ จะผลิตและจำหน่ายในอนาคต

CBD ผลิตคาราบาวแดง 2 รูปแบบได้แก่ (1) แบบขวดขนาด 150 มิลลิลิตร (2) แบบกระป๋องขนาด 250 มิลลิลิตร โดย CBD มีกำลังการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังสูงสุด 1,080 ล้านขวดต่อปี และ 350 ล้านกระป๋องต่อปี โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้จำหน่ายคาราบาวแดงเฉพาะแบบขวดภายในประเทศ และจำหน่ายคาราบาวแดงแบบกระป๋องในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ สำหรับสตาร์ท พลัส CBD ได้ผลิตรูปแบบขวดขนาด 250 มิลลิลิตร ซึ่งปัจจุบัน CBD มีกำลังการผลิตสตาร์ท พลัสสูงสุดถึง 120 ล้านขวดต่อปี และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในประเทศเกือบทั้งหมด

ในการจำหน่ายคาราบาวแดงและสตาร์ท พลัสภายในประเทศ CBD จะจำหน่ายให้แก่ DCM ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ โดย DCM จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ CBD ให้แก่ 1) ตัวแทนจำหน่าย เพื่อจำหน่ายสินค้าต่อไปยังร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และ 2) ร้านค้าปลีกโดยตรง ผ่านหน่วยกระจายสินค้าของ DCM เอง และ 3) ร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ส่วนในการจำหน่ายคาราบาวแดงไปยังต่างประเทศนั้น CBD ได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับ ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศเพื่อนำเข้า จัดจำหน่าย และกระจายผลิตภัณฑ์ให้แก่ร้านค้าในต่างประเทศต่อไป

(2) **ธุรกิจผลิต และจัดหาขวดแก้ว**

ดำเนินงานโดยบริษัท เอเซียแปซิฟิกลาส จำกัด หรือ APG ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิต และจัดหาขวดแก้ว เพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ ของกลุ่มบริษัทฯ โดย APG จะจัดซื้อขวดแก้วจากคู่ค้าภายนอก และมีโรงงานผลิตขวดแก้วสีชาที่มีขนาดเตาซึ่งมีกำลังการผลิตน้ำแก้วทั้งสิ้น 310 ตันแก้วต่อวัน จึงทำให้ APG มีกำลังการผลิตขวดแก้วสีชาสำหรับคาราบาวแดงแบบขวดได้จำนวนสูงสุดทั้งสิ้น 650 ล้านขวดต่อปี

(3) **ธุรกิจบริหารจัดการการจัดจำหน่าย**

ดำเนินงานโดยบริษัท ตะวันแดง ดีซีเอ็ม จำกัด หรือ DCM ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ประกอบธุรกิจบริหารจัดการการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้แก่ช่องทางการค้าภายในประเทศผ่านร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) ปัจจุบัน DCM มีทีมฝ่ายขายกว่า 500 คน โดยในเดือนพฤศจิกายน 2558 ที่ผ่านมามี DCM ได้เริ่มขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ อย่างสาหร่ายอบแก้วให้แก่คู่ค้าอีกด้วย โครงสร้างการประกอบธุรกิจของ DCM สามารถสรุปได้ดังนี้

(ก) **ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)**

DCM ทำหน้าที่บริหาร ดูแล ติดต่อ และรับคำสั่งซื้อจากเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายที่ติดต่อกับร้านค้าแบบดั้งเดิม และสั่งซื้อผลิตภัณฑ์กับ CBD เพื่อดำเนินการส่งผลิตภัณฑ์ไปยังตัวแทนจำหน่ายและกระจายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ให้แก่ช่องทางร้านค้าแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ DCM ได้ขยายงานด้านศูนย์กระจายสินค้าภูมิภาค (DC) เพื่อดำเนินธุรกิจในส่วนของหน่วยรถกระจายสินค้า (cash van) ซึ่งจะช่วยให้การกระจายผลิตภัณฑ์ของ DCM โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดได้ทั่วถึง และรวดเร็วยิ่งขึ้น

(ข) **ช่องทางร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)**

DCM ทำหน้าที่บริหาร ดูแล และติดต่อโดยตรงกับร้านค้าแบบสมัยใหม่ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเพอร์มาร์เก็ต เป็นต้น เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ และรับคำสั่งซื้อจากร้านค้าแบบสมัยใหม่ โดยฝ่ายขายจะสั่งซื้อผลิตภัณฑ์กับ CBD เพื่อดำเนินการส่งผลิตภัณฑ์ไปยังศูนย์กระจายสินค้าหรือคลังสินค้าของร้านค้าแบบสมัยใหม่ต่อไป

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทฯ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ความเสี่ยงจากการเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company)

เนื่องจากบริษัทฯ มีลักษณะการประกอบธุรกิจแบบบริษัทโฮลดิ้ง (Holding Company) คือเป็นบริษัทที่มีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลัก และไม่มีการดำเนินธุรกิจของตัวเองที่ก่อให้เกิดรายได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผลประโยชน์ของบริษัทฯ จึงขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน และความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย ด้วยเหตุนี้ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจึงเป็นความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจตลอดจนความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย โดยปัจจุบันรายได้จากบริษัทย่อยของบริษัทฯ คิดเป็นร้อยละ 100 ของรายได้รวมของบริษัทฯ ดังนั้นผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อผลกำไรโดยรวม ซึ่งหากบริษัทย่อยประสบปัญหาในการดำเนินงานจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ ด้วย ทั้งนี้บริษัทย่อยมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้ของการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทย่อย และภายหลังการจัดสรรทุนสำรองตามกฎหมาย โดย

อัตราการจ่ายเงินปันผลขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน สถานะการเงิน สภาพคล่อง ความจำเป็นในการลงทุนหมุนเวียน การลงทุนเพิ่มเติม การขยายธุรกิจ เงื่อนไขและข้อจำกัดตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ยืม และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานตามที่คณะกรรมการและ/หรือผู้ถือหุ้นของบริษัทฯเห็นสมควร ทั้งนี้การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้การจ่ายเงินปันผลโดยบริษัทฯ ให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จะจ่ายจากกำไรสุทธิที่ปรากฏในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ เนื่องจากเงินปันผลดังกล่าวถือเป็นรายได้เกือบทั้งหมดในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ หากบริษัทฯ ไม่สามารถจ่ายเงินปันผลให้กับบริษัทฯ ได้ตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลเนื่องจากผลประกอบการในระบายนั้นไม่มีกำไรหรือเหตุผลทางธุรกิจอื่นใดเช่นการตั้งสำรองเงินทุนเพื่อขยายกิจการหรือเพื่อชำระคืนเงินกู้ยืม เป็นต้น จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ ด้วย

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิของงบการเงินรวมหลังหักภาษีเงินได้ ทั้งนี้อัตราการจ่ายเงินปันผลขึ้นอยู่กับแผนการลงทุน เงื่อนไขและข้อจำกัดตามที่กำหนดไว้ในสัญญาเงินกู้ยืมเงินหรือสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี) สถานะการเงินและผลดำเนินงาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยคณะกรรมการบริษัทอาจจะพิจารณาทบทวนและแก้ไขนโยบายการจ่ายเงินปันผลเป็นครั้งคราว เพื่อให้เป็นไปตามแผนการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต ความต้องการใช้เงินลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนรวมถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เห็นสมควร ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวจะไม่เกินกำไรสะสมที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พ.ร.บ. บริษัทมหาชน รวมทั้งเงื่อนไขต่างๆ อาทิ กระแสเงินสดจริง กำไร สถานะการเงิน และความต้องการเงินทุนของบริษัทฯ ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่คณะกรรมการบริษัทอาจเห็นว่าเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ไม่สามารถรับรองได้ว่าบริษัทฯ จะสามารถสร้างผลกำไรในปีใดๆ หรือคณะกรรมการบริษัทจะจ่ายเงินปันผลหรือไม่ ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีผลกำไร ทั้งนี้ตาม พ.ร.บ. บริษัทมหาชน หากบริษัทฯ ยังคงมีผลขาดทุนสะสม บริษัทฯ จะยังไม่สามารถจ่ายเงินปันผลถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะมีกำไรสุทธิในปีนั้นก็ตาม

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ

เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มเกลือแร่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันสูง ทั้งจากผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบันและผู้ประกอบการใหม่ที่อาจเข้ามาแข่งขันในตลาด การแข่งขันที่สูงในธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทยส่งผลให้ที่ผ่านมาผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ได้ปรับราคาขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจุบัน เครื่องดื่มบำรุงกำลังแบบขวดซึ่งมีขนาดบรรจุ 150 มิลลิลิตร มีราคาขายปลีกในประเทศไทยโดยทั่วไปอยู่ที่ขวดละ 10 บาท ดังนั้นเพื่อคงหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ผู้ประกอบการแต่ละรายรวมถึง CBD ต้องทำกิจกรรมทางการตลาด และใช้งบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญเหล่านี้ อาจมีศักยภาพในด้านเงินทุน และมีประสิทธิภาพในการผลิตและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดได้เป็นผลสำเร็จมากกว่า CBD การแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าว อาจทำให้ CBD ไม่สามารถรักษาสัดส่วนแบ่งทางการตลาด หรือมีค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมทางการตลาดสูง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.3 ความเสี่ยงจากการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด

CBD เล็งเห็นความสำคัญในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดโดยในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละครั้ง ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ทั้งในด้านการคิดค้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การทำการตลาด ซึ่งรวมถึงการทำโฆษณา

ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค และสามารถสร้างรายได้จากการขายในระดับที่น่าพอใจให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นได้ CBD อาจมีความเสี่ยงจากการลงทุนหากผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ได้รับการตอบรับหรือเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค โดยเฉพาะในสภาวะที่มีการแข่งขันสูงในธุรกิจ หาก CBD ไม่ประสบความสำเร็จในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการพึ่งพนายยีนยง โอภากุล (แอ๊ด คาราบาว) ในฐานะผู้แนะนำสินค้า (Presenter) และตัวแทนสินค้า (Brand Ambassador) ของกลุ่มบริษัทฯ และการพึ่งพาลักษณะวงดนตรีคาราบาว

ปัจจุบัน CBD ทำสัญญาว่าจ้างนายยีนยง โอภากุล ให้ทำหน้าที่ในการแนะนำสินค้า (Presenter) และเป็นตัวแทนสินค้า (Brand Ambassador) เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าหรือผลิตภัณฑ์ “คาราบาวแดง” ของ CBD แต่เพียงผู้เดียว โดยสัญญาโฆษณาประชาสัมพันธ์ดังกล่าวมีอายุ 5 ปี และสามารถต่ออายุสัญญาอัตโนมัติต่อไปอีก 5 ปี ซึ่งมีอัตราค่าจ้างสำหรับ 5 ปีแรก จำนวน 10 ล้านบาทและมีอัตราค่าจ้างสำหรับ 5 ปีต่อมา จำนวน 12 ล้านบาท ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ สามารถเสนอปรับค่าตอบแทนดังกล่าวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับราคาตลาด

ดังนั้น CBD ต้องอาศัยภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงของนายยีนยง โอภากุล ในการทำการตลาด ด้วยเหตุนี้ หากภาพลักษณ์และชื่อเสียงของนายยีนยง โอภากุล เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าหรือผลิตภัณฑ์ “คาราบาวแดง” ทำให้ CBD สูญเสียกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ คาราบาวแดงเป็นเครื่องหมายการค้าที่เชื่อมโยงกับวงดนตรีเพื่อชีวิตคาราบาว ดังนั้น CBD จึงต้องพึ่งพาลักษณะที่ดีและชื่อเสียงของวงดนตรีเพื่อชีวิตคาราบาว หากภาพลักษณ์ของวงดนตรีเพื่อชีวิตคาราบาว เปลี่ยนแปลงไปในแง่ลบอย่างมีนัยสำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าหรือผลิตภัณฑ์ “คาราบาวแดง” ทำให้ CBD สูญเสียกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน

3.5 ความเสี่ยงจากการที่ CBD อาศัยผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ CBD ในต่างประเทศ

การดำเนินธุรกิจส่งออกในต่างประเทศนั้น CBD ต้องอาศัยผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในแต่ละประเทศที่ CBD ดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ CBD ไม่มีนโยบายที่จะเข้าทำสัญญาระยะยาวกับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายดังกล่าว แม้ว่า CBD จะมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยาวนานกับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นเหล่านั้นก็ตาม ลักษณะการดำเนินธุรกิจดังกล่าวถือเป็นหลักปกติทั่วไปในอุตสาหกรรมที่ CBD ดำเนินธุรกิจอยู่

ดังนั้น CBD ไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศทุกรายของ CBD จะยังคงความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับ CBD ต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ CBD ยังไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นของ CBD จะดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามเป้าที่ CBD ตั้งไว้ได้หรือไม่ ในกรณีที่ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นตัดสินใจที่จะยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับ CBD หรือปฏิบัติงานได้ไม่ตรงตามเป้าหมาย CBD อาจได้รับผลกระทบในทางลบจากความล่าช้าในการที่ CBD ต้องเข้าเจรจาทำข้อตกลงการจัดจำหน่ายสินค้ากับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นรายอื่น ซึ่งอาจมีอุปสรรคในการเข้าไปประกอบ

ธุรกิจหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศได้ นอกจากนี้ CBD ไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศของ CBD จะสามารถปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และระเบียบของทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจในต่างประเทศได้ครบถ้วนและ CBD อาจไม่สามารถทำข้อตกลงกับผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศรายใหม่ได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม หรือไม่สามารถหาผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศรายใหม่ได้ ซึ่งกรณีดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.6 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบและภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของ CBD ได้แก่ ขวดแก้ว ซึ่งปัจจุบันเกินกว่าร้อยละ 90 เป็นการใช้ขวดแก้วซึ่งผลิตโดย APG และน้ำตาลทราย ในขณะที่วัตถุดิบหลักในการผลิตขวดแก้วสีขาวของ APG ได้แก่ เศษแก้ว และ ก๊าซธรรมชาติ

(1) น้ำตาลทราย

น้ำตาลทรายเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Product) ที่มีราคาขึ้นลงตามอุปสงค์และอุปทานในตลาดและนโยบายของรัฐบาล หากราคาของวัตถุดิบดังกล่าวปรับตัวสูงขึ้น CBD ไม่สามารถรับรองว่าจะสามารถผลักภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นให้แก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

CBD ใช้น้ำตาลทรายในการผลิตผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท ได้แก่

(ก) น้ำตาลทรายที่ใช้ในการผลิตเพื่อการจำหน่ายในประเทศ

กระทรวงพาณิชย์ควบคุมราคาน้ำตาลทรายที่ CBD ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในประเทศ หากกระทรวงพาณิชย์เปลี่ยนแปลงนโยบาย และปรับราคาน้ำตาลทรายสูงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ในอนาคตหากรัฐบาลเปลี่ยนแปลงนโยบายการกำหนดราคาน้ำตาลทรายหรือประกาศลดตัวราคาน้ำตาลทรายเพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) อาจทำให้อัตราราคาน้ำตาลทรายมีความผันผวน และอาจมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของ CBD ได้

(ข) น้ำตาลทรายที่ใช้ในการผลิตเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ

ราคาน้ำตาลทรายที่ CBD ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออกไปต่างประเทศนั้น ขึ้นอยู่กับราคาน้ำตาลทรายในตลาดโลก โดยราคาน้ำตาลทรายในตลาดโลกดังกล่าวขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของน้ำตาลทรายที่ได้รับผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการเพาะปลูกของแต่ละประเทศ นโยบายการส่งเสริม การแทรกแซง การส่งออก การนำเข้า ของอุตสาหกรรมน้ำตาลทรายของภาครัฐ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว นอกจากนี้ ราคาน้ำตาลทรายยังมีความสัมพันธ์กับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงอีกด้วย เนื่องจากน้ำอ้อยรวมถึงกากน้ำตาลสามารถนำไปผลิตเป็นเอทานอล โดยผสมกับน้ำมันเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ ปัจจุบันดังกล่าวส่งผลให้ราคาซื้อขายน้ำตาลทรายในตลาดโลกมีความผันผวนสูงและอาจมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของ CBD ได้

(2) เศษแก้ว

เศษแก้วเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตขวดแก้วสีชาของ APG โดย APG ได้ทำสัญญาระยะสั้นที่มีอายุสัญญาประมาณ 1 ปีเพื่อจัดหาเศษแก้วจากผู้ค้าเศษแก้ว และ APG ยังคงมีแผนที่จะออกไปสั่งซื้อ เพื่อสั่งซื้อเศษแก้วจากผู้ค้าเศษแก้วจำนวนอย่างน้อย 2-3 ราย ซึ่งการทำสัญญาระยะสั้นเพื่อจัดหาเศษแก้วและการออกไปสั่งซื้อดังกล่าวเป็นไปตามหลักปฏิบัติของตลาดโดยทั่วไป อย่างไรก็ตาม APG ไม่สามารถรับรองได้ว่าผู้ค้าเศษแก้วจะสามารถจัดหาเศษแก้วให้แก่ APG ได้ในปริมาณที่เพียงพอ และในราคาที่เหมาะสม หากมีกรณีดังกล่าว APG อาจมีต้นทุนในการผลิตขวดแก้วสูงขึ้น เนื่องจาก APG ต้องปรับสูตรการผลิตโดยใช้วัตถุดิบอื่นที่มีต้นทุนสูงกว่าเศษแก้วเพิ่มมากขึ้น เช่น เพิ่มปริมาณการใช้ทรายแก้ว และโซดาแอช เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

(3) ก๊าซธรรมชาติ

ก๊าซธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตขวดแก้วสีชาของ APG โดย APG ได้ทำสัญญาซื้อขายก๊าซธรรมชาติกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หรือ “ปตท.” ซึ่งเป็นสัญญาระยะกลางที่มีอายุสัญญาประมาณ 5 ปี โดยมีโครงสร้างราคาประกอบไปด้วย (1) ราคาก๊าซซึ่งผันแปรตามราคาน้ำมันเตาในประเทศสิงคโปร์ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ และปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติเฉลี่ยต่อวัน และ (2) Demand Charge ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ กำหนดตามปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติตามที่ได้ตกลงไว้ในสัญญา และมีการปรับปรุงตามปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติจริงทุก 6 เดือน

ดังนั้น จึงมีความเสี่ยงที่ราคาก๊าซตามสัญญาดังกล่าวจะปรับตัวสูงขึ้นตามความผันแปรของราคาน้ำมันเตาในประเทศสิงคโปร์ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ รวมทั้งปริมาณการใช้ก๊าซธรรมชาติเฉลี่ยต่อวัน การที่ราคาก๊าซปรับตัวสูงขึ้นอาจส่งผลให้ APG มีต้นทุนที่สูงขึ้น

นอกจากนี้ หาก ปตท. มีปริมาณก๊าซไม่เพียงพอ ปตท. อาจไม่สามารถส่งก๊าซให้แก่ APG ได้ในปริมาณที่กำหนดไว้ในสัญญา กรณีดังกล่าวอาจส่งผลให้ APG มีก๊าซธรรมชาติไม่เพียงพอในการผลิตขวดแก้วสีชาให้ได้ตามจำนวนที่กำหนดไว้ในแผนการผลิต และต้องหยุดการดำเนินการของโรงผลิตขวดแก้วสีชา โดยการอุ่นเตาหลอมแก้วเพื่อให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ภายหลังจากการหยุดการดำเนินการผลิตซึ่งอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น และหากความเสี่ยงข้างต้นเกิดขึ้นจริง อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท อย่างมีนัยสำคัญ

3.7 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎเกณฑ์ และระเบียบทางการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

ธุรกิจการผลิต การตลาด และจำหน่ายคาราบาวแดงของ CBD อยู่ภายใต้การกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์ทางกฎหมายและระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 (ตามที่ได้แก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้งประกาศและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของกระทรวงสาธารณสุข โดยหลักเกณฑ์ทางกฎหมายดังกล่าวกำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับฉลากการโฆษณาและการทำการตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง เช่น ข้อจำกัดในการโฆษณาสรรพคุณของสินค้า ข้อจำกัดในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ข้อกำหนดให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังต้องแสดงคำเตือนบนฉลากถึงปริมาณการบริโภคในแต่ละวัน เป็นต้น นอกจากนี้ธุรกิจการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังของ CBD ยังอยู่ภายใต้ข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 ซึ่งข้อจำกัดและข้อกำหนดทางกฎหมายเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ CBD นำมาใช้พิจารณาประกอบในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายการผลิต การทำการตลาด และการส่งเสริมการขาย ดังนั้นหากหน่วยงานราชการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎเกณฑ์ หรือระเบียบที่ใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจเครื่องดื่มบำรุงกำลังให้มีความเข้มงวดมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อ นโยบายและกลยุทธ์ในการทำการตลาดของ CBD และหาก CBD ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด

ให้สอดคล้องกับนโยบาย กฎเกณฑ์ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง หรือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อาจทำให้ CBD ต้องมีภาระเพิ่มมากขึ้นในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.8 ความเสี่ยงจากการที่ CBD ไม่สามารถขึ้นทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนผลิตภัณฑ์ในประเทศที่ CBD จำหน่าย

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและในต่างประเทศ CBD จำเป็นต้องดำเนินการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยงานราชการที่กำกับดูแลของประเทศดังกล่าว หาก CBD ไม่สามารถขึ้นทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนผลิตภัณฑ์อาจส่งผลให้ CBD ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศดังกล่าวได้ และอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อตำแหน่งการแข่งขันทางธุรกิจ ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.9 ความเสี่ยงเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ

(1) ความเสี่ยงจากการผลิตผลิตภัณฑ์

CBD มีความเสี่ยงในการผลิต การบรรจุหีบห่อ และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยงดังกล่าวอาจเกิดมาจาก (1) ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (2) ผลิตภัณฑ์ที่ชำรุดบกพร่อง (3) ผลิตภัณฑ์ที่มีการปนเปื้อน หรือ (4) การติดฉลากและคำเตือนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงพอหรือไม่ถูกต้อง เป็นผลให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหายและเรียกร้องให้ CBD รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ของ CBD โดยให้ CBD ชดเชยค่าเสียหาย หรืออาจมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของ CBD จากตลาด รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอาจสั่งให้ CBD ระวังหรือหยุดการประกอบกิจการได้ และอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

(2) ความเสี่ยงจากการบริโภคผลิตภัณฑ์

แม้ว่า CBD จะจัดให้มีข้อความคำเตือนถูกต้องตามที่กำหนดในประกาศของกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ. 2543 เรื่อง ฉลาก และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 เรื่อง ฉลากโภชนาการ เช่น สำหรับคาราบาวแดง CBD ได้ระบุข้อความ "ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด เพราะหัวใจจะสั่น นอนไม่หลับ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม ผู้ป่วยปรึกษาแพทย์ก่อน" ไว้บนฉลากแล้วก็ตาม แต่ CBD ก็ยังมีความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์ของ CBD จะก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค หากผู้บริโภคไม่ปฏิบัติตามคำเตือนในฉลาก และอาจเกิดการเรียกร้องให้ CBD รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ของ CBD โดยให้ CBD ชดเชยค่าดูแลรักษาพยาบาล หรืออาจมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของ CBD จากตลาด รวมทั้งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอาจสั่งให้ CBD ระวังหรือหยุดการประกอบกิจการได้ หากเกิดกรณีดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ หากมีข้อกล่าวหาว่าผลิตภัณฑ์ของ CBD เป็นอันตราย แม้ข้อกล่าวหาดังกล่าวจะไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ CBD ลดน้อยลง นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้อาจถูกเรียกคืนจากตลาด ทั้งนี้การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ใดๆ โดยไม่คำนึงถึงความชอบด้วยกฎหมาย อาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.10 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูงที่มีความสำคัญ

การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง หากบริษัทฯ ไม่สามารถรักษามูลค่าบุคลากรที่สำคัญดังกล่าว หรือไม่สามารถสรรหาผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมในระดับเดียวกับเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูง เพื่อดำรงตำแหน่งแทนบุคลากรที่สำคัญนี้ได้ อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ หากบุคลากรที่สำคัญคนใดของกลุ่มบริษัทฯ ไปร่วมงานกับผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่ง หรือจัดตั้งบริษัท เพื่อดำเนินธุรกิจแข่งขัน ก็อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญได้

3.11 ความเสี่ยงทางการเงินจากอัตราแลกเปลี่ยน

CBD มีรายได้จากการขายคาราบาวแดง (ภายใต้แบรนด์ “Carabao”) ในต่างประเทศ โดยการส่งออกบางส่วนมีการขายด้วยสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่วัตถุดิบเกือบทั้งหมดจัดซื้อจากในประเทศ (สกุลเงินบาท) ซึ่งปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ ไม่มีการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าว ทำให้ CBD มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวน อาจส่งผลกระทบต่อราคากำหนดราคาขายและยอดขายของ CBD โดยหากเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น รายได้จากการส่งออกเมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาทจะลดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ หากในอนาคตกลุ่มบริษัทฯ มีการลงทุนเพิ่มเติม โดยเงินลงทุนดังกล่าวอยู่ในสกุลเงินต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงที่เกิดจากอัตราแลกเปลี่ยนกับสกุลเงินดังกล่าว

3.12 ความเสี่ยงจากการไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาตต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน

การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่เกี่ยวกับใบอนุญาต โดยหน่วยงานดังกล่าวมีอำนาจกำกับดูแลการปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาต และกำหนดให้กลุ่มบริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงจัดให้มีบุคลากรดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับใบอนุญาต มีคุณลักษณะเป็นไปตามที่หน่วยงานดังกล่าวกำหนด เช่น การดำเนินการดูแลรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ที่จำเป็น การมีระบบควบคุมคุณภาพ การกำกับดูแลการปฏิบัติงาน การจัดกิจกรรมทางตลาด การบันทึกและจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเมื่อได้รับการร้องขอ การดำเนินงานเหล่านี้ อาจทำให้เกิดค่าใช้จ่าย และกลุ่มบริษัทฯ อาจต้องใช้เวลาในการดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดดังกล่าว ซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อพิจารณาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยใบอนุญาต และเงื่อนไขของใบอนุญาตซึ่งการพิจารณาของหน่วยงานอาจนำไปสู่การระงับหรือยกเลิกใบอนุญาตและ/หรือก่อให้เกิดความรับผิดทางกฎหมายอาญา กฎหมายแพ่ง และกฎหมายปกครองต่อกลุ่มบริษัทฯ ได้

หากกลุ่มบริษัทฯ ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาต หรือปฏิบัติตามข้อกำหนด หรือคำสั่งต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องได้ครบถ้วน อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทางลบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.13 ความเสี่ยงจากการที่ประกันภัยของกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความคุ้มครองไม่เพียงพอ

แม้ว่ากลุ่มบริษัทฯ จะมีนโยบายทำประกันภัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความสูญเสีย และ/หรือความเสียหายของสินทรัพย์หลักของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงมีความเสี่ยงจากการที่กรมธรรม์ประกันภัยไม่ครอบคลุมความสูญเสีย และ/หรือความเสียหายสืบเนื่องทั้งหมด อาทิ ความเสียหายซึ่งเกิดขึ้นจากสงครามและภัยก่อการร้าย หรือในกรณีที่มูลค่าความเสียหายมากกว่าจำนวนเงินประกันภัย และกลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการที่บริษัทประกันภัยไม่สามารถจ่ายค่าสินไหมทดแทนตามที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ได้ นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่ไม่สามารถต่อกรมธรรม์ได้ในราคาที่เหมาะสมหากราคาของกรมธรรม์ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งทั้งหมดอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ ได้

3.14 ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ ต้องหยุดชะงัก

กลุ่มบริษัทฯ ใช้โรงงานผลิตและคลังสินค้าในการดำเนินธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายเครื่องบินบำรุงกำลังและเครื่องบินอื่น ๆ ดังนั้น หากเกิดภัยธรรมชาติ เช่น พายุ ภัยพิบัติ และแผ่นดินไหว หรือเหตุการณ์ร้ายแรงที่บริษัทฯ คาดไม่ถึง เช่น การขัดข้องของระบบไฟฟ้า การขาดแคลนน้ำประปา การโจมตีของผู้ก่อการร้ายและสงคราม อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

3.15 ความเสี่ยงจากการถูกผู้ถือหุ้นรายใหญ่ควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ณ สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2558 กลุ่มนายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ กลุ่มนางสาวณัฐชไม วัฒนอมบุญเจริญ และกลุ่มนายยืนยง โอภาณกุล จะถือหุ้นอยู่ในบริษัท ประมาณร้อยละ 34.3 ร้อยละ 23.6 และร้อยละ 14.2 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ตามลำดับ

นอกจากนี้ นายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ และนางสาวณัฐชไม วัฒนอมบุญเจริญ ยังดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทฯ ด้วย จึงทำให้ผู้ถือหุ้นใหญ่ดังกล่าวมีอำนาจในการควบคุมการบริหารจัดการบริษัทฯ รวมถึงสามารถควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น นอกจากนี้สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มนายเสถียร เศรษฐสิทธิ์ หรือของกลุ่มนางสาวณัฐชไม วัฒนอมบุญเจริญ ยังสามารถคัดค้านมติที่สำคัญในที่ประชุมผู้ถือหุ้นสำหรับเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับเสียงไม่น้อยกว่าสามในสี่จากผู้ถือหุ้นที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง

4.ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2558 (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	2,646.2	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	666.5	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,252.8	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
4. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	36.0	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
5. ยานพาหนะ	62.4	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
6. สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	3.1	ไม่มีภาระผูกพันใดๆ
รวม	4,667.0	

4.1.1 ที่ดิน และส่วนปรับปรุงที่ดิน ณ 31 ธันวาคม 2558

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD
 ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา) : ที่ดินย่านสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ (จำนวนหกแปลง) พื้นที่ 5-2-33.5
 วัตถุประสงค์การถือครอง : ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ และใช้แสวงหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ
 มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 2,154.9
 ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD
 ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา) : ที่ดินย่านบางบ่อ ตำบลบางเพรียง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ (จำนวน 84 แปลง) พื้นที่ 23-0-63
 วัตถุประสงค์การถือครอง : ที่ตั้งโรงงานผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่น ๆ
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ
 มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท) : 116.2
 ภาระผูกพัน : ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์ : CBD
 ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา) : ที่ดินย่านชะอำ ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี (จำนวนหนึ่งแปลง) พื้นที่ 0-2-59.4
 วัตถุประสงค์การถือครอง : บ้านรับรอง
 ลักษณะกรรมสิทธิ์ : เป็นเจ้าของ

มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 16.5
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
ที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	: ที่ดินย่านบางปะกง ตำบลบางสมัครพิมพา อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา (จำนวน 15 แปลง) พื้นที่ 119-1-30 (จำนวนหนึ่งแปลง) พื้นที่ 10-1-50
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งโรงงานผลิตขวดแก้วสีชา
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 358.6
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 สำหรับที่ดิน และส่วนปรับปรุงที่ดิน เท่ากับ 2,646.2 ล้านบาท

4.1.2 อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร ณ 31 ธันวาคม 2558

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง	: อาคารสำนักงาน และอาคารพาณิชย์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ
วัตถุประสงค์การถือครอง	: อาคารสำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัท และใช้เป็นอาคารในเชิงพาณิชย์
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 94.6
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง	: โรงงาน ตำบลบางเพรียง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
วัตถุประสงค์การถือครอง	: โรงงานผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่น ๆ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 167.0
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
ที่ตั้ง	: บ้านพักรับรอง ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
วัตถุประสงค์การถือครอง	: บ้านรับรอง
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 5.2
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
ที่ตั้ง	: อาคารโรงงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตขวดแก้วสีชา
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 399.7
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 สำหรับอาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร เท่ากับ 666.5 ล้านบาท

4.1.3 เครื่องจักรและอุปกรณ์ ณ 31 ธันวาคม 2558

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
สินทรัพย์	: เครื่องจักรและอุปกรณ์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: การผลิตผลิตภัณฑ์
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 421.5
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: DCM
สินทรัพย์	: อุปกรณ์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 0.6
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
สินทรัพย์	: เครื่องจักรและอุปกรณ์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: การผลิตผลิตภัณฑ์
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 830.7
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 สำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ เท่ากับ 1,252.8 ล้านบาท

4.1.4 เครื่องตกแต่ง ตัดตัด และเครื่องใช้สำนักงาน

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
สินทรัพย์	: เครื่องตกแต่ง ตัดตัด และเครื่องใช้สำนักงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 26.5
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: DCM
สินทรัพย์	: เครื่องตกแต่ง ตัดตัด และเครื่องใช้สำนักงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 6.2
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
สินทรัพย์	: เครื่องตกแต่ง ตัดตัด และเครื่องใช้สำนักงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 3.3
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 สำหรับเครื่องตกแต่ง ตัดตัด และเครื่องใช้สำนักงาน เท่ากับ 36.0 ล้านบาท

4.1.5 ยานพาหนะ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
สินทรัพย์	: รถยนต์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: รถยนต์สำหรับทีม operation และผู้บริหาร
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 24.8
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
สินทรัพย์	: ยานพาหนะที่ใช้ในโรงงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ยานพาหนะโรงงาน

ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 8.9
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: DCM
สินทรัพย์	: รถยนต์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: รถยนต์สำหรับพนักงานขาย
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 24.1
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
สินทรัพย์	: ยานพาหนะที่ใช้ในโรงงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ยานพาหนะโรงงาน
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 4.6
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 สำหรับยานพาหนะ เท่ากับ 62.4 ล้านบาท

4.1.6 สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
สินทรัพย์	: ส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: อาคารสำนักงานใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ และใช้เป็นอาคารในเชิงพาณิชย์
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 1.0
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
สินทรัพย์	: ส่วนปรับปรุงอาคารโรงงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตเครื่องต้มบำรุงกำลัง และเครื่องต้มอื่นๆ
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 0.03
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

เจ้าของกรรมสิทธิ์	: CBD
-------------------	-------

สินทรัพย์	: เครื่องจักรและอุปกรณ์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ผลิตเครื่องดื่ม คาราบาวแดง
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 2.0
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
สินทรัพย์	: ส่วนปรับปรุงอาคารโรงงาน
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ที่ตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ผลิตขวดแก้วสีชา
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 0.06
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ
เจ้าของกรรมสิทธิ์	: APG
สินทรัพย์	: เครื่องจักรและอุปกรณ์
วัตถุประสงค์การถือครอง	: ผลิตขวดแก้วสีชา
ลักษณะกรรมสิทธิ์	: เป็นเจ้าของ
มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	: 0.01
ภาระผูกพัน	: ไม่มีภาระผูกพันใด ๆ

รวมมูลค่าทางบัญชี ณ 31 ธันวาคม 2558 สำหรับสินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง เท่ากับ 3.1 ล้านบาท

รวมสินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ เท่ากับ 4,667.0 ล้านบาท

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์	วัตถุประสงค์การถือครอง
1. เครื่องหมายการค้า	จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่าย เครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 กลุ่มบริษัท มีการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ในประเทศไทยจำนวน 61 เครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ กลุ่มบริษัท มีนโยบายที่จะจัดให้มีการจดทะเบียนและรักษาไว้ซึ่งเครื่องหมายการค้าในประเทศเหล่านั้นด้วย
2. โปรแกรมคอมพิวเตอร์	สิทธิการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจทั่วไปของกลุ่มบริษัท เช่น โปรแกรมระบบการทำบัญชี โปรแกรมรายงานผู้บริหาร โปรแกรมบัญชีบริหาร คลังสินค้า และโปรแกรมการดำเนินงานทั่วไป

รายละเอียดเครื่องหมายการค้า

ลำดับ	คำขอเลขที่	จำพวก	วันครบกำหนด
1	421820	32	4 มิถุนายน พ.ศ. 2563
2	462577	32	14 สิงหาคม พ.ศ. 2564
3	462579	18	14 สิงหาคม พ.ศ. 2564
4	464815	32	4 กันยายน พ.ศ. 2564
5	472503	32	18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
6	472504	32	18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
7	472505	32	18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
8	472506	32	18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
9	472507	32	18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564
10	474659	32	11 ธันวาคม พ.ศ. 2564
11	474660	32	11 ธันวาคม พ.ศ. 2564
12	474661	32	11 ธันวาคม พ.ศ. 2564
13	488740	32	30 พฤษภาคม พ.ศ. 2565
14	506374	22	15 ธันวาคม พ.ศ. 2565
15	506375	27	15 ธันวาคม พ.ศ. 2565
16	506376	32	15 ธันวาคม พ.ศ. 2565
17	509815	32	29 มกราคม พ.ศ. 2566
18	509902	29	30 มกราคม พ.ศ. 2566
19	509903	32	30 มกราคม พ.ศ. 2566
20	511801	32	23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566
21	511802	33	23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566
22	515679	43	8 เมษายน พ.ศ. 2566
23	515680	41	8 เมษายน พ.ศ. 2566
24	515681	41	8 เมษายน พ.ศ. 2566
25	515682	43	8 เมษายน พ.ศ. 2566
26	538383	34	3 ธันวาคม พ.ศ. 2566
27	542637	32	26 มกราคม พ.ศ. 2567
28	543051	32	29 มกราคม พ.ศ. 2567
29	543052	32	29 มกราคม พ.ศ. 2567
30	548287	32	23 มีนาคม พ.ศ. 2567
31	552628	30	13 พฤษภาคม พ.ศ. 2567

ลำดับ	คำขอเลขที่	จำพวก	วันครบกำหนด
32	555887	34	14 มิถุนายน พ.ศ. 2567
33	967465	32	22 ธันวาคม 2567
34	584839	32	17 มีนาคม พ.ศ. 2568
35	587168	32	11 เมษายน พ.ศ. 2568
36	587169	25	11 เมษายน พ.ศ. 2568
37	642972	32	25 ตุลาคม พ.ศ. 2559
38	724128	32	9 มีนาคม พ.ศ. 2562
39	732099	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
40	732100	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
41	732101	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
42	732102	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
43	732103	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
44	732104	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
45	732105	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
46	732106	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
47	732107	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
48	732108	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
49	732109	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
50	732110	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
51	732111	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
52	732112	32	8 มิถุนายน พ.ศ. 2562
53	732951	32	16 มิถุนายน พ.ศ. 2562
54	732953	32	16 มิถุนายน พ.ศ. 2562
55	732954	32	16 มิถุนายน พ.ศ. 2562
56	732955	32	16 มิถุนายน พ.ศ. 2562
57	748726	32	2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562
58	748727	33	2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562
59	748728	32	2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562
60	748729	33	2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562
61	749646	32	10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทย่อย ในสัดส่วนร้อยละ 100 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

บริษัท	สัดส่วนการลงทุนในแต่ละบริษัท (ร้อยละ)	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
CBD	100	ประกอบธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายเครื่องดื่ม บำรุงกำลัง และเครื่องดื่มอื่น ๆ
DCM	100	ประกอบธุรกิจบริหารจัดการการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
APG	100	ประกอบธุรกิจผลิต และจัดหาขวดแก้ว

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ เห็นว่า จะก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมเพื่อเพิ่มช่องทางในการหารายได้ และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะพิจารณาสัดส่วนการลงทุน กำไรที่คาดว่าจะได้รับ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และสถานะทางการเงินของบริษัทฯ ก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่าง ๆ โดยการตัดสินใจในการลงทุนดังกล่าว นั้น จะต้องได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น (แล้วแต่กรณี) และบริษัทฯ จะแต่งตั้ง ตัวแทนของบริษัทฯ ที่มีคุณสมบัติ และประสบการณ์ เพื่อเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการในบริษัทนั้น ๆ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญ และกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อย และบริษัทร่วมดังกล่าว

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไป

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	:	บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “CBG”)
ประกอบธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) ซึ่งมีการลงทุนหลักในบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจ ผลิต ทำการตลาด จำหน่าย และบริหารจัดการการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่น ๆ อย่างครบวงจร
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	393 อาคาร 393 สยาม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107557000268
โฮมเพจบริษัท	:	www.carabaogroup.com
โทรศัพท์	:	02-636-6111

โทรศัพท์ : 02-636-7951
 ชนิดและจำนวนหุ้น : หุ้นสามัญจำนวน 1,000,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
 ที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

รายละเอียดบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นอยู่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

1. **ชื่อบริษัท** : **บริษัท คาราบาวตะวันตก จำกัด ("CBD")**
ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจผลิต ทำการตลาด และจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้าคาราบาวแดง เครื่องดื่มเกลือแร่ภายใต้เครื่องหมายการค้าสตาร์ท พลัส และเครื่องดื่มอื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ จะผลิตและจำหน่ายในอนาคต
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 393 อาคาร 393 สีส้ม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
เลขทะเบียนบริษัท : 0105544081165
ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ
ทุนชำระแล้ว : 300,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย : 3,000,000 หุ้น
จำนวนหุ้นที่ถือ : 2,999,990 หุ้น
สัดส่วนการถือ : 99.99 %
2. **ชื่อบริษัท** : **บริษัท ตะวันแดง ดีซีเอ็ม จำกัด ("DCM")**
ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจบริหารจัดการการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายภายในประเทศ ประกอบไปด้วย ร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 393 อาคาร 393 สีส้ม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
เลขทะเบียนบริษัท : 0105555092457
ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ
ทุนชำระแล้ว : 100,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย : 1,000,000 หุ้น
จำนวนหุ้นที่ถือ : 999,980 หุ้น
สัดส่วนการถือ : 99.99 %
3. **ชื่อบริษัท** : **บริษัท เอเชียแปซิฟิกกลาส จำกัด ("APG")**
ประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจผลิต และจัดหาขวดแก้วเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตเครื่องดื่มบำรุงกำลังและเครื่องดื่มอื่นๆ

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	393 อาคาร 393 สีลม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105548125787
ชนิดของหุ้น	:	หุ้นสามัญ
ทุนชำระแล้ว	:	450,000,000 บาท
จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย	:	4,500,000 หุ้น
จำนวนหุ้นที่ถือ	:	4,499,980 หุ้น
สัดส่วนการถือ	:	99.99 %

ข้อมูลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้นของบริษัท

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 02-009-9000

ผู้ตรวจสอบบัญชี

บริษัท สำนักงานอีวาย จำกัด
193/136-137 อาคารเลครัชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ 02-264-0777

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเค็นซี จำกัด
990 อาคารอับดุลราฮิม ชั้นที่ 5 และชั้น 21-25 ถนนพระราม 4 แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์ 02-636-2000

นักลงทุนสัมพันธ์

นางสาวนันทชา โอภากุล
393 อาคาร 393 สีลม ชั้นที่ 7-10 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์ 02-636-6111 ต่อ 831
E-mail : IR@carabagroup.com